

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan memperebutkan nasabah bank di Indonesia sangat ketat. Dengan jumlah bank dan kantor cabang yang masih tetap banyak dan produk yang ditawarkan bank beragam, kualitas pelayanan memang masih ampuh bagi bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru.

Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis perbankan. Bank-bank semakin bersaing dalam merebut *customer based* dengan mengandalkan kualitas pelayanan. Selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan di sisi teknologi informasi, sisi pelayanan fisik lainnya, sisi pelayanan non fisik, dan beragam hal yang berbau pelayanan prima dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Semua itu disiapkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan akhirnya diharapkan mampu menjaring dana masyarakat. Pelayanan harus dilakukan terus menerus tanpa henti, karena bank bekerja berdasarkan prinsip kepercayaan, sehingga *value* itu menjadi penting. *Value* terbaik bisa membuat nasabah puas dan pada akhirnya nasabah menjadi loyal¹

Dalam produk tabungan, Bank Central Asia (BCA) adalah jagoannya. Dari segi *brand awareness* dan persepsi nasabah dengan pelbagai pengalamannya, produk tabungan Tahapan BCA sudah menjadi *top of mind* di pasar. Antrean

¹ Supriyanto, EB, (2000), "Mergermania", Info Bank, Februari, No.222 p 43

panjang yang kerap terlihat di depan pintu *automated teller machine* (ATM) pun tak membuat nasabahnya merasa bosan dan melirik ATM atau bank lain. Dalam customer loyalty index 2010 hasil survei Markplus Insight, BCA ditempatkan sebagai bank dengan penabung paling loyal selama lima tahun berturut-turut. Dimensi kualitatif itu tidaklah bertentangan karena secara kuantitatif BCA memang sangat berhasil dalam hal kinerja tabungannya. BCA pun terus menjadi bank terbesar dari sisi tabungan, mengalahkan dua bank raksasa lain yang asetnya lebih besar. PT Bank Central Asia Tbk (BCA) mencatat perolehan laba bersih sebesar Rp7,66 triliun sampai triwulan ketiga 2011, naik 25,3% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 6,1 triliun. "Total pendapatan bunga bersih dan pendapatan operasional lainnya meningkat 18,2% menjadi Rp17,5 triliun pada periode Januari-September 2011, dari Rp14,8 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya².

Namun demikian perpindahan nasabah antar bank masih akan mewarnai industri perbankan pada 2012 termasuk pada BCA yang dianggap memiliki kinerja yang cukup baik. Minat nasabah masih kepada bank yang menawarkan kemudahan transaksi berdampak pada perebutan dana pihak ketiga. Menjaga loyalitas nasabah menjadi cara yang ampuh memupuk dana murah³. Tak heran jika bank-bank setiap tahun mengeluarkan dana miliaran rupiah demi mengejar aspek loyalitas nasabah. Loyalitas juga menjadi hal yang penting dalam peta

² www.infobanknews.com/2011/10/bca-bukukan-laba-rp766-triliun

³ Infobank No.346 Edisi Januari 2008

perebutan dana pihak ketiga (DPK) di perbankan Indonesia. Sayangnya, DPK yang dijamin perbankan masih didominasi dana mahal dan berjangka pendek pula. Perbankan nasional kini berebut nasabah. Dan, kepuasan nasabah menjadi andalan mereka. Sejumlah studi dalam literatur pelayanan pemasaran menunjukkan bahwa kedua konstruk antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat kuat⁴. Namun hanya sedikit yang melakukan penelitian hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pada aktivitas luar lingkungan seperti rekreasi kesejumlah tempat – tempat pariwisata. Zeithaml dkk mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen dari kepuasan pelayanan⁵.

Pada kondisi ataupun bentuk lain aspek loyalias konsumen seperti dicontohkan bahwa konsumen melakukan pembelian uang, merekomendasikan perusahaan pada konsumen lain atau mencerminkan kemungkinan untuk memilih merek dalam jangka panjang⁶. Jadi loyalitas konsumen mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan dan berhubungan dengan produk atau pelayanan perusahaan. Pearson (1996) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai pola pikir pelanggan yang memegang perilaku menguntungkan terhadap perusahaan dan berkomitmen untuk membeli kembali dan merekomendasikan produk atau jasa pelayanan kepada konsumen lain. Boselie mengemukakan bahwa kepuasan dihasilkan dari

⁴ Endang Ruswati. 2012. Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty. Widya. Jakarta p53

⁵ Zeithaml, V.A, Bitner, M.J. Service Marketing 5th Edition, Mc Graw Hill Singapore.2009

⁶ Endang Ruswati, op cit. P 53

penilaian keseluruhan aspek dan hubungan satu pihak dengan pihak lainnya. Kepuasan merupakan salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas konsumen⁷.

Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan merupakan asset yang bernilai bagi perusahaan. Adapun karakteristik konsumen yang memiliki loyalitas tinggi memiliki ciri bahwa pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur, pelanggan dalam membeli juga tertarik untuk membeli di luar lini produk, pelanggan bersedia mengajak orang lain untuk melakukan pembelian atau pelanggan menunjukkan kesetiaan dengan tidak membeli produk atau jasa perusahaan pesaing.

Berdasarkan orientasi di atas maka penulis tertarik untuk menulis dengan judul PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH BCA. (Studi kasus pada nasabah BCA City Resort).

B. Identifikasi Masalah

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa walaupun BCA memperoleh peringkat yang baik dalam hal loyalitas namun masih banyak juga memiliki masalah diantaranya adalah:

1. Panjangnya antrian di bagian customer service

⁷ Boeselie. P. Hesselink, M dan Weile, T.V Emperical Evidence for the Relationship Between Customer Satisfaction and Business Performance Managing Service Quality, Vol 12 No 3.2002

2. Tingkat keramahan staff yang dirasa masih kurang terutama pada bagian customer service
3. Penampilan ruangan CSO yang cenderung monoton
4. Kurangnya ruang tunggu yang nyaman saat menunggu pelayanan customer service BCA

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya mengukur kualitas pelayanan di BCA kantor Cabang City Resort.
2. Penelitian hanya mengukur pada bagian customer service saja
3. Observasi yang dilakukan 2 minggu di bulan Desember 2011.
4. Penelitian hanya akan mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan 5 dimensi yaitu : *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

D. Rumusan Masalah Penelitian

Dengan melihat latar belakang yang ada, maka dirumuskan permasalahan penelitian mengenai bagaimana meningkatkan loyalitas nasabah tabungan BCA, dengan didukung peningkatan kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan perusahaan dan meningkatkan keunggulan produk. Perumusan permasalahan penelitian tersebut secara lebih jelas dituangkan dalam pertanyaan penelitian (*research question*) sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh dimensi – dimensi *Service quality* terhadap loyalitas nasabah BCA cabang City Resort?
2. Dimensi manakah yang mempunyai pengaruh terbesar dari 5 Dimensi *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah BCA cabang City Resort ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis pengaruh dimensi – dimensi *Service quality* terhadap loyalitas nasabah BCA cabang City Resort
- b. Menganalisis dimensi manakah yang mempunyai pengaruh terbesar dari 5 Dimensi *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah BCA cabang City Resort

2. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang bisa diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil/temuan dari penelitian yang dilakukan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen BCA mengenai kualitas pelayanan dan keunggulan produk terhadap loyalitas nasabah, dan menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang ada serta mempertahankan apakah yang dinilai sudah baik.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan lain yang telah maupun akan meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan produk dengan tujuan meningkatkan loyalitas nasabah.
- c. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan dengan tujuan meningkatkan loyalitas nasabah, khususnya untuk produk tabungan.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistem penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN ;

Pada bagian ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan serta manfaat penelitian, kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Akan diuraikan mengenai landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian ini. Setelah itu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Akan diuraikan mengenai variable penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka berfikir dan hipotesis serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK YANG AKAN DITELITI ;

Akan diuraikan mengenai profil BCA Cabang City Resort.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN ;

Akan diuraikan tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi obyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB VI PENUTUP ;

Pada Bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan, hasil penelitian dan saran-saran .